

Waroeng Bubur 24

Billy Lius (Bill_leeus@yahoo.com)

Yulizar Kasih (Yulizar.mdp@gmail.com)

Edin S. Djatikusuma (Edin@dosen.stie-mdp.ac.id)

Jurusan Manajemen

STIE MDP

Abstrak : Penulis ingin mendirikan *Waroeng Bubur 24* yaitu usaha yang bergerak di bidang kuliner, menawarkan berbagai macam menu bubur bercita rasa khas Indonesia, dengan menggunakan beras khusus sebagai bahan pokok untuk membuat bubur dan bahan pendukung lain yang khusus juga, sehingga sehat untuk dikonsumsi oleh seluruh kalangan dan masih bisa dinikmati bagi yang menderita diabetes termasuk hipertensi. *Waroeng Bubur 24* akan dibuka di sebuah rumah di Jalan Sumpah Pemuda Blok J No. 1C Palembang, lokasi disana sangat strategis karena berada di kawasan kuliner. Sumber dana yang diperoleh berasal dari modal sendiri dan pinjaman modal dari orang tua sebesar Rp.645.200.000,-. Dengan perhitungan payback period untuk mengetahui berapa lama investasi yang telah dikeluarkan akan sepenuhnya kembali setelah menjalankan usaha selama 1 tahun 9 bulan.

Kata Kunci : Waroeng Bubur 24, Bubur, Sehat

Abstract : The author want to establish Waroeng Bubur 24 which is a business engaged in culinary field, offering a variety taste of Indonesian porridge, using a special ingredients to make our body healthy so everyone can eat it, especially for diabetes and hypertension people. Waroeng Bubur 24 will be open at Sumpah Pemuda street block J No. 1C Palembang because of a good strategic places and also near with another culinary places, to reduce a low interest of chicken porridge from customer. Source of funds raised came from own equity and loan capital of parents amounted to IDR 645.200.000. By calculating the payback period to determine how long the investment that has been issued will be fully returned after running the business for 1 year 9 months.

Keyword : Waroeng Bubur 24, Porridge, Healthy

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Berdirinya Usaha

Waroeng Bubur 24 dibangun guna memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang kuliner terutama pada masakan khas Indonesia, dengan tingginya tingkat kejenuhan sulitnya mencari tempat penjualan bubur selain bubur ayam dan melayani 24 jam / 7 hari maka dapat diperkirakan tingkat kebutuhan akan penjualan bubur juga akan meningkat. Saat ini di kota Palembang sudah terdapat banyak usaha sejenis yang sudah lebih dulu berdiri dan dikenal oleh masyarakat Kota Palembang, namun berdasarkan pengalaman penulis yang pernah makan di salah satu tempat penjualan bubur di Kota Palembang, bisnis penjualan bubur yang ada di Kota Palembang masih belum memuaskan dari segi cita rasa dan kenyamanan bagi konsumen. Cita rasa yang

akan *Waroeng Bubur 24* berikan adalah beragam variasi menu yang tidak sebatas bubur ayam saja, namun dengan variasi seperti bubur ikan, bubur bebek, ataupun bubur dengan masakan khas Indonesia sehingga dengan beragam variasi bubur menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengkonsumsi bubur dan juga dilengkapi dengan *Morning Breakfast* dan menu makanan lainnya bagi konsumen yang kurang berminat dengan bubur.

1.2. Visi

Menjadikan *Waroeng Bubur 24* sebagai pelopor usaha penjualan bubur yang memadukan antara bubur dan masakan khas Indonesia sehingga memberi kesan cinta dan menghargai terhadap masakan khas Indonesia.

1.3. Misi

1. Memberikan pelayanan dan kenyamanan yang memuaskan bagi konsumen.
2. Menyediakan fasilitas beberapa tempat lesehan yang di desain tradisional yang membuat konsumen merasa betah dan nyaman yang selama ini masih sangat minim.
3. Menyediakan tenaga kerja ahli sehingga pekerjaan dapat dilakukan sesuai dengan standar kepuasan yang diinginkan konsumen.
4. Menyediakan menu tambahan *Morning Breakfast* dengan cita rasa Indonesia juga dan menu makanan lainnya bagi konsumen yang kurang berminat dengan bubur.

1.4. Tujuan

1. Menyajikan berbagai macam menu bubur yang bercita rasa Indonesia, enak, dan sehat kepada konsumen.
2. Selalu berinovatif menghadirkan menu – menu baru kepada konsumen.
3. Merubah image banyaknya orang Indonesia yang masih memilih “makanan berat” sebagai makan pagi, siang ataupun malam maka sekarang dapat dialihkandengan “makanan berat” dengan bubur sebagai pilihan yang lebih ringan daripada nasi.

2. GAMBARAN USAHA

Waroeng Bubur 24 ini adalah bisnis kuliner dalam golongan restoran yang mengangkat konsep tradisional, dikarenakan pada umumnya dengan bisnis serupa yang mengangkat konsep tersebut masih sangat jarang. Bisnis kuliner bubur ini sendiri sebenarnya dilandasi karena kondisi pasar pada penjualan bubur (selain bubur ayam) yang masih sangat minim. Dengan begitu adanya minat konsumen pada bisnis penjualan bubur (selain bubur ayam) mendatangkan peluang. *Waroeng Bubur 24* ini memberikan kebebasan bagi

pelanggannya untuk memesan sesuai dengan menu makanan sehingga pelanggan tidak perlu repot harus langsung memesan makanan terlebih dahulu sesuai dengan konsep yang diberikan yaitu membuat konsumen yang ingin bersantai merasa betah dan nyaman. Hal ini juga memberikan peluang juga bagi konsumen yang suka sarapan ataupun konsumen yang gemar makan di luar rumah.

Direncanakan nantinya bisnis kuliner bubur ini menjadi pelopor bubur bercita rasa Indonesia, karena mengembangkan perpaduan antara bubur dengan masakan khas Indonesia sehingga jawaban akan tingginya tingkat kejenuhan tempat penjualan bubur (selain bubur ayam) terjawab. Bisnis kuliner bubur ini akan buka 24 jam / 7 hari yang dilengkapi dengan variasi menu lain yaitu *Morning Breakfast* seperti mie celor, burgo, jajanan pasar lainnya dan menu makanan lainnya seperti mie goreng, nasi goreng dll bagi konsumen yang kurang berminat dengan bubur, sehingga mereka masih bisa tetap makan disini. Faktor unik dari bisnis penjualan bubur ini memiliki dasar dengan adanya menu bubur merah dan bubur hijau, dimana untuk pewarnaan buburnya secara alami dengan menggunakan wortel untuk bubur merah dan bayam untuk bubur hijau dan faktor unik lainnya adalah beras yang digunakan untuk bubur pada *Waroeng Bubur 24* ini menggunakan beras khusus, minyak zaitun (*olive oil*), dan susu untuk membuat masakan seperti rendang ataupun sop susu sebagai pengganti santan, sehingga masih bisa dinikmati bagi yang menderita diabetes termasuk hipertensi.

Keunggulan dan perbedaan bisnis penulis dengan para pesaing antara lain :

- a) Desain tempat dibuat tradisional (khas Indonesia) mulai dari dekorasinya, meja, kursi, beberapa tempat untuk lesehan bagi konsumen yang ingin bersantai, bahkan pakaian pelayannya juga menggunakan pakaian tradisional sehingga terkesan berbeda.
- b) Memberikan alunan musik khas Indonesia ataupun instrumen yang diharapkan dapat memberikan rasa nyaman dan *relaks* bagi pelanggan yang datang.

- c) Memberikan cita rasa makanan yang enak, sehat, dan berbeda dari pesaing kepada pelanggan dengan cara memakai koki yang ahli dan berpengalaman dibidang kuliner bisnis penjualan bubur sehingga kelezatan menu makanannya lebih terjamin.
- d) Memberikan keunikan pada warna dasar bubur dengan adanya bubur merah dan bubur hijau, dimana untuk perwarnaan buburnya secara alami dengan menggunakan wortel untuk bubur merah dan bayam untuk bubur hijau.
- e) Selain itu beras yang digunakan untuk bubur pada *Waroeng Bubur 24* ini menggunakan beras khusus, minyak zaitun (*olive oil*), dan susu untuk membuat masakan seperti rendang ataupun sop susu sebagai pengganti santan, sehingga masih bisa dinikmati bagi yang menderita diabetes termasuk hipertensi.
- f) Pelanggan akan mendapatkan pelayanan S2R (senyum, sopan, dan ramah).
- g) Beroperasi hingga 24 jam / 7 hari.
- h) Memberikan tambahan varian menu lain berupa *Morning Breakfast* seperti mie celor, burgo, jajanan pasar lainnya dan menu makanan lain seperti nasi goreng, mie goreng, dan lain – lain bagi konsumen yang kurang berminat dengan bubur, sehingga mereka masih biasa tetap makan disini.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1. Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*

3.1.1. Segmentasi

Segmentasi yang digunakan oleh *Waroeng Bubur 24* adalah segmentasi berdasarkan demografi usia semua kalangan konsumen seperti balita, remaja, dan orang dewasa yang masih menyukai masakan khas Indonesia dengan perpaduan dari bubur. Selain itu segmentasi dapat dilihat dari demografi pendapatan dan psikografi kebiasaan bagi masyarakat menengah atas karena harga yang diberikan pada bisnis kuliner ini cukup mahal dan

bagi konsumen yang memiliki kegemaran terhadap wisata kuliner ataupun bagi yang gemar makan di luar rumah.

3.1.2. *Targeting*

Targeting dari bisnis penulis ini adalah semua orang mulai dari golongan anak – anak hingga dewasa dikarenakan target yang ingin dicapai adalah pelajar, karyawan, pengunjung mall, tempat futsal, dan pengunjung rumah sakit karena bubur juga dicari oleh orang – orang yang sedang mengalami gangguan pencernaan atau sedang sakit.

3.1.3. *Positioning*

Positioning dicapai dalam bisnis *Waroeng Bubur 24* adalah sebagai pelopor masakan bubur yang dapat dinikmati dengan masakan Indonesia pada umumnya yang menjadi alternatif tempat makan dan wisata kuliner masyarakat sekitar Jalan Sumpah Pemuda Palembang. Hal ini didasarkan masih belum adanya fasilitas penjualan bubur di sepanjang Jalan Sumpah Pemuda Palembang.

3.2. Perkiraan Penawaran dan Permintaan

3.2.1. Perkiraan Permintaan

Dilihat dari permintaan konsumen terhadap produk makanan bubur cukup tinggi karena berdasarkan penawaran produk yang diberikan oleh pesaing usaha sejenis rata – rata pengunjung yang datang mencapai 2.460 pelanggan perbulan. Jumlah permintaan yang akan diberikan oleh *Waroeng Bubur 24* adalah 20% dari 11.850 yang merupakan rata – rata perkiraan jumlah orang di kawasan Jalan Sumpah Pemuda Palembang yaitu 79 pengunjung perhari atau 2.370 pelanggan perbulan. Hasil 20% ini diperkirakan berada di bawah beberapa pesaing dikarenakan usaha yang dijalankan ini masih baru dan lokasi usaha berada di kawasan kuliner.

3.2.2. Perkiraan Penawaran

Kalau dilihat dari penawaran pesaing terhadap konsumen untuk produk makanan bubur ini masih cukup tinggi karena dari hasil kunjungan yang dilakukan penulis di beberapa tempat penjualan bubur di Palembang dapat dilihat tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Perkiraan Jumlah Penawaran Beberapa Penjualan Bubur di Kota Palembang

Nama Pesaing	Total Pengunjung per hari	Total Pengunjung per bulan
Hotel Agraha	80 pengunjung	$30 \times 80 = 2400$
Pujasera	30 pengunjung	$30 \times 30 = 900$
Bubur Kambang Iwak	200 pengunjung	$30 \times 200 = 6000$
Jade Garden	40 pengunjung	$30 \times 40 = 1200$
Selatan Indah	60 pengunjung	$30 \times 60 = 1800$
Total Pengunjung		12.300
Rata – Rata Pengunjung		$12.300 : 5 = 2.460$

Dari tabel 3.1 diatas dapat disimpulkan bahwa perkiraan penawaran pesaing untuk produk makanan bubur rata – rata berjumlah 2.460 pelanggan perbulan.

3.3. Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.3.1. Product

Produk yang dijual Waroeng Bubur 24 adalah berbagai macam menu makanan dengan mengembangkan perpaduan antara bubur dengan masakan khas Indonesia serta dilengkapi dengan varian menu lain yaitu *Morning Breakfast* seperti mie celor, burgo, jajanan pasar lainnya dan menu makanan lainnya seperti mie goreng, nasi goreng, dan lain – lain. Dari bahan bakunya sendiri Waroeng Bubur 24 menggunakan bahan

baku dan bumbu yang berkualitas seperti menggunakan beras khusus dimana penjualan bubur ini memiliki dasar dengan adanya bubur merah dengan pewarnaan alami dari wortel dan bubur hijau dengan pewarnaan alami dari bayam, minyak zaitun (*olive oil*), dan susu untuk membuat masakan seperti rendang ataupun sop susu sebagai pengganti santan, sehingga masih bisa dinikmati bagi yang menderita diabetes termasuk hipertensi.



Gambar 3.1 Logo Waroeng Bubur 24

3.3.2. Price

Harga yang ditawarkan relatif mahal sebanding dengan cita rasa yang diberikan, bahan baku dan bumbu yang berkualitas, dan mengingat lokasi usaha strategis yang berada di kawasan kuliner. Namun ada strategi khusus yang digunakan oleh Waroeng Bubur 24 untuk menarik minat konsumen dari segi harga yaitu memberikan diskon sebesar 10% setiap harinya pada pukul 11.00 – 17.00 WIB untuk seluruh menu bubur.

Tabel 3.2 Daftar Menu Makanan Waroeng Bubur 24

Nama Menu Makanan	Harga
Morning Breakfast	
Nasi Uduk	Rp 13.000
Burgo	Rp 15.000
Lakso	Rp 15.000
Mie Celor	Rp 15.000
Bubur Kacang Hijau	Rp 12.000
Ketan Hitam	Rp 12.000
Onde, kue Lapis, Bolu, Lemper, Bongkol, Nagasari, Mochi, Risoles, Bapao (per porsi)	Rp 10.000

Bubur	
Bubur Polos	Rp 15.000
Bubur Ayam	Rp 25.000
Bubur Ikan	Rp 25.000
Bubur Pitan	Rp 22.500
Bubur Bebek	Rp 27.500
Bubur Abon Ikan	Rp 27.500
Bubur Abon Sapi	Rp 25.000
Bubur Rendang	Rp 30.000
Bubur Pindang Tulang	Rp 40.000
Bubur Pindang Patin	Rp 37.500
Bubur Buntut Goreng	Rp 50.000
Bubur Sum - Sum	Rp 65.000
Bubur Soto Ayam	Rp 32.500
Bubur Soto Babat	Rp 35.000
Bubur Soto Kikil	Rp 35.000
Bubur Ambengan	Rp 37.500
** Bubur Merah dan Bubur Hijau	Rp 5.000
Masakan	
Nasi Ayam Penyet	Rp 28.000
Nasi Goreng Kampung	Rp 25.000
Mie Goreng	Rp 30.000
Bihun Goreng	Rp 25.000
Kuetiau Goreng	Rp 25.000
Pisang Goreng	Rp 18.000
Roti Bakar	Rp 15.000

Tabel 3.3 Daftar Menu Minuman Waroeng Bubur 24

Nama Menu Minuman	Harga
Teh Manis (Teh Lohankuo)	Rp 12.000
Teh Chrysanthemum	Rp 13.000
Liang Teh	Rp 10.000
Kopi Gingseng	Rp 20.000
Susu Coklat	Rp 15.000
Susu Kedelai	Rp 10.000
Bandrek	Rp 10.000

3.3.3. Promotion

Media Promosi yang digunakan oleh Waroeng Bubur 24 sendiri adalah dengan menggunakan media *Advertising* dan *Public Relation*.

1. *Advertising* yang dilakukan Waroeng Bubur 24 yaitu dengan cara membuat brosur yang memberikan informasi untuk pelanggan orang dewasa ataupun remaja terhadap produk yang ditawarkan oleh Waroeng Bubur 24 dan akan dibagikan ditempat yang ramai seperti di sekolah, mall, dan lain – lain. Selain itu Waroeng Bubur 24 juga memanfaatkan kemajuan teknologi sekarang ini contohnya dengan membuat *blog* yang dapat lebih memberikan informasi kepada pelanggan remaja di internet serta melalui *social media* termasuk *word of mouth*.



Gambar 3.2 Brosur Waroeng Bubur 24

2. *Public Relation* yang dilakukan oleh Waroeng Bubur 24 yaitu dengan cara memberikan kesan pertama yang baik kepada konsumen seperti menyajikan makanan yang bercita rasa, enak, sehat, dan berbeda, selain itu juga memberikan pelayanan terbaik yang berorientasi kepada kepuasan dan konsumen sehingga dengan demikian dapat membuat *image* Waroeng Bubur 24 yang baik dimata konsumen.

3.3.4. Placement

Lokasi dari bisnis ini akan di tempatkan di sebuah rumah di Jalan Sumpah Pemuda Blok J No. 1C Palembang. Lokasi ini sangat strategis karena di lokasi ini diyakini bahwa bisnis penjualan bubur dapat berkembang dan maju. Hal ini

didasarkan atas pengamatan terhadap lokasi tersebut yang dekat dengan Sekolah Palembang Harapan, Sekolah Kinder Place, Kantor DPRD provinsi Sumsel, kantor Samsat, Rumah Sakit Siloam Sriwijaya, Rumah Sakit Medika Insani, Futsal Momea, Futsal Sonic, Palembang Square serta beberapa perkantoran lainnya dan akses terhadap lokasi yang mudah dijangkau mengingat lokasi bisnis ini pada kawasan tempat kuliner.

3.3.5. People

Sumber daya manusia yang terlibat di *Waroeng Bubur 24* harus memiliki kriteria tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan karena *Waroeng Bubur 24* menginginkan para karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih kepada konsumen. Untuk itu, agar terpenuhinya kriteria yang diinginkan, maka *Waroeng Bubur 24* akan memperhatikan beberapa aspek dari proses rekrutmen yang perlu diperhatikan.

3.3.6. Process

Dari segi prosesnya sendiri *Waroeng Bubur 24* mengutamakan kualitas dari bahan baku dan bumbu yang digunakan untuk membuat menu – menu makanannya. Akan tetapi mungkin ada konsumen yang tidak terlalu percaya dengan hal ini, oleh sebab itu *Waroeng Bubur 24* akan memperlihatkan proses memasak menu makanan dengan cara dinding dapur akan dibuat dari kaca transparan sehingga konsumen bisa melihat langsung bagaimana proses memasak dilakukan.

3.3.7. Physical Evidence

Waroeng Bubur 24 memiliki fasilitas – fasilitas pendukung yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan yaitu desain tempat bertema tradisional muai dari menyediakan beberapa tempat lesehan bagi konsumen yang ingin bersantai, dekorasinya akan didominasi oleh hiasan – hiasan khas Indonesia, meja dan kursi yang juga dirancang khas Indonesia, bahkan

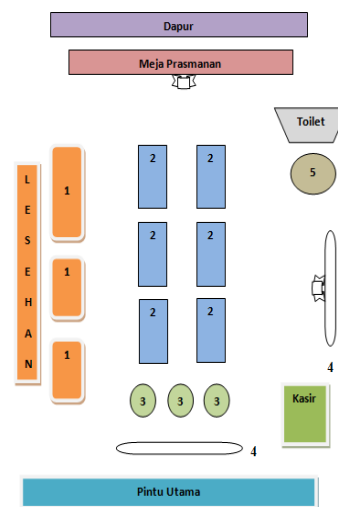
pakaian pelayannya juga menggunakan batik sehingga terkesan menarik di mata konsumen.

4. ASPEK PRODUKSI

4.1. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha *Waroeng Bubur 24* akan berada di kawasan Jalan Sumpah Pemuda Palembang dan akan memanfaatkan media usaha berupa rumah. Lokasi usaha ini dipilih karena lokasinya yang strategis berada pada kawasan kuliner, sering dilewati oleh masyarakat kota Palembang sehingga konsumen akan dengan mudah menemukan *Waroeng Bubur 24*, dan daerah tersebut dekat dengan target konsumen yaitu sekolah, perkantoran, rumah sakit, tempat olahraga, serta pusat kota juga.

4.2. Rencana Tata Letak



Gambar 4.1 Tata Letak Waroeng Bubur 24

4.3. Proses Produksi

Waroeng Bubur 24 bergerak di bisnis kuliner sehingga cara untuk mendiferensiasikan dan melayani konsumen bukan hanya dari segi produknya saja melainkan juga dari segi jasanya. Oleh sebab itu, *Waroeng Bubur 24* akan memperhatikan proses jasanya yang akan diberikan kepada konsumen dengan

baik, sehingga dengan demikian dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

4.4. Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung proses produksi dalam suatu usaha, sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik dan lancar. *Waroeng Bubur 24* sendiri mengutamakan kualitas dan kebersihan dari bahan baku yang digunakan untuk membuat menu – menu makanannya, misalnya saja beras yang digunakan untuk bubur pada *Waroeng Bubur 24* menggunakan beras khusus, minyak zaitun (*olive oil*), dan susu untuk membuat masakan seperti rendang ataupun sop sebagai pengganti santan.

Bahan baku yang digunakan oleh *Waroeng Bubur 24* nantinya juga akan membutuhkan bahan pembantu untuk mendukung proses produksinya, karena dengan adanya bahan pembantu ini bahan baku tersebut dapat di olah menjadi berbagai macam menu – menu makanan yang bercita rasa, enak, dan sehat.

4.5. Tenaga Produksi

Sumber daya manusia yang terlibat di *Waroeng Bubur 24* harus memiliki kriteria sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan karena *Waroeng Bubur 24* menginginkan para karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan. Untuk itu, agar terpenuhinya kriteria yang diinginkan, maka *Waroeng Bubur 24* akan memperhatikan beberapa aspek dari proses rekrutmen yang perlu diperhatikan.

4.6. Mesin dan Peralatannya

Perencanaan mesin dan peralatan yang akan digunakan untuk membuka suatu usaha perlu dirinci secara jelas sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan usaha. *Waroeng Bubur 24* sendiri juga membutuhkan peralatan dapur yang dapat menunjang proses produksi. Oleh sebab itu, *Waroeng Bubur 24* juga akan melakukan princiian peralatan yang dibutuhkan agar

sesuai dengan kebutuhan restoran dan proses produksi dapat berjalan dengan baik.

4.7. Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

Untuk lokasinya sendiri *Waroeng Bubur 24* akan ditempatkan di rumah yang tidak terpakai di Jalan Sumpah Pemuda Palembang. Rumah ini sementara masih di sewa dikarenakan keterbatasan dana yang dimiliki seharga Rp. 45.000.000/tahun.

5. ASPEK KEUANGAN

5.1. Sumber Pendanaan

**Tabel 5.1 Sumber Pendanaan
*Waroeng Bubur 24***

Uraian	Persentase	
	Jumlah	Persentase
Modal Sendiri	193.560.000	30%
Modal Orang Tua	451.640.000	70%
Total	645.200.000	100%

5.2. Kebutuhan Modal Investasi

Untuk membuka suatu usaha maka diperlukan modal investasi awal untuk mendukung kegiatan produksi ataupun operasional suatu usaha tersebut. Adapun modal investasi awal yang diperlukan oleh *Waroeng Bubur 24* mencapai Rp.111.800.000.

5.3. Kebutuhan Modal Kerja

1. Selain dibutuhkan modal investasi, suatu usaha juga memerlukan modal kerja untuk mendukung kegiatan usahanya. Modal kerja adalah investasi pada aktiva jangka pendek – kas, sekuritas yang mudah dipasarkan, persediaan, dan piutang usaha (Dinnul, 2009, h.177). adapun kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan oleh *Waroeng Bubur 24* mencapai Rp.533.400.000. sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa total investasi awal untuk membuka usaha

ini sebesar Rp.645.200.000 yang dapat dilihat dari biaya modal investasi sebesar Rp.111.800.000 ditambahkan dengan biaya modal kerja sebesar Rp.533.400.000.

5.4. Analisis Kelayakan Usaha

Untuk mengukur layak atau tidaknya usaha Waroeng Bubur 24 menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value* (NPV), dan *Internal Rate of Return* (IRR).

5.4.1. Payback Period

Payback period atau juga disebut sebagai periode pembayaran kembali adalah rentang waktu yang dibutuhkan oleh pendapatan bersih suatu investasi untuk menutupi biayanya (Brigham dan Houston 2009, h518). Nilai *payback period* yang didapatkan oleh Waroeng Bubur 24 adalah 1,75 atau pengembalian uang akan kembali setelah usaha berjalan selama 1 tahun 9 bulan.

5.4.2. Net Present Value

NPV adalah perhitungan nilai sekarang dari setiap arus kas masuk dan arus kas keluar. Jika NPV memiliki nilai yang positif maka usaha Waroeng Bubur 24 dikatakan layak, akan tetapi apabila sebaliknya bernilai negatif maka usaha Waroeng Bubur 24 dikatakan tidak layak. Nilai NPV yang didapat oleh Waroeng Bubur 24 bernilai positif yaitu sebesar Rp.27.762.790 dan demikian usaha ini dikatakan layak.

5.4.3. Internal Rate of Return

Menurut Brigham dan Houston (2009, h524), IRR dinyatakan sebagai tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang dari ekspektasi arus kas masuk suatu proyek ke nilai sekarang dari biaya proyek. IRR berguna sebagai perhitungan YTM (*Yield To Maturity*) atau imbal hasil saat jatuh tempo dari uang yang telah diinvestasikan. Nilai IRR Waroeng Bubur 24 sebesar 10,4% yang ternyata lebih besar nilainya jika dibandingkan nilai BI rate

yaitu sebesar 7,5% sehingga dengan demikian usaha Waroeng Bubur 24 ini dikatakan layak dan memiliki prospek ke depan yang sangat menjanjikan.

5.5. Analisa Keuntungan

Analisa keuntungan digunakan untuk melihat jumlah unit dan rupiah yang didapat. Untuk mengetahuinya, diperlukan perhitungan BEP (*Break Even Point*).

Menurut Drs. Jumingan, BEP atau *Break Even Point* digunakan untuk mengetahui volume penjualan yang harus dicapai pada titik impasnya. Berikut perhitungan BEP per tahunnya dengan menggunakan rumus per unit dan per rupiah menurut Mulyadi (2001, h98).

Dari perhitungan BEP dalam unit untuk mencapai titik impasnya Waroeng Bubur 24 harus menjual menu – menu makanannya sebanyak 11.789 porsi pada tahun pertama dan 11.740 porsi pada tahun kedua.

Dari perhitungan BEP dalam rupiah untuk mencapai titik impasnya Waroeng Bubur 24 harus melakukan penjualan sebesar Rp.306.232.322 pada tahun pertama dan Rp.304.946.852 pada tahun kedua.

5.6. Laporan Keuangan

Laporan arus kas adalah laporan yang melaporkan dampak dari aktivitas – aktivitas operasi, investasi dan pendanaan oleh perusahaan pada arus kas selama satu periode akuntansi. Laporan laba rugi adalah laporan yang mengikhtisarkan pendapatan dan pengeluaran perusahaan selama satu periode akuntansi yang biasanya setiap satu kuartal atau satu tahun. (Brigham dan Houston 2009, h50-59). Pembuatan neraca sangat penting sehingga Waroeng Bubur 24 akan memperhatikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfian, Dinnul 2009, *Manajemen Keuangan*, Grafika Telindo, Palembang.
- [2] F.Brigham, Eugene., Joe F.Houston 2009, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.

[3] Drs. Jumingan 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.

[4] Kotler, Philip., Gary Armstrong 2003, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.